

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ
КАТЕГОРІЇ «ІННОВАЦІЯ»**

Ткаченко М.О., асистент кафедри економічного аналізу та обліку НТУ
«ХП»

В сучасних умовах, коли темпи життєвого циклу продукції скорочуються, та постійне підвищення конкурентоспроможності стає визначальним для забезпечення життєздатності підприємств, довгострокового успіху досягають ті з них, розвиток яких має інноваційну природу. Їх ключовими ознаками стають: постійний процес інноваційних змін, проактивність у взаємовідносинах з клієнтами, використання можливостей глобальної інтеграції, посилення соціальної відповідальності бізнесу тощо [1]. Все це свідчить про те, що дослідженню питань підвищення активізації інноваційних процесів повинна приділятися максимальна увага як на рівні певного підприємства, так і на державному рівні. Але повноцінне розкриття цих питань стає можливим лише за умов визначення сутності категорії «інновація», яка полягає у базисі термінологічного поля досліджень у галузі знань з інноватики.

Як вітчизняній, так і світовій науковій літературі властива багатогранність поглядів на сутність категорії «інновація». Дослідженням цієї категорії займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як М. Блауг [2], Ф. Валента [3], П.Н. Завлін [4], В.В. Єрмолаєва [5], Н.В. Краснокутська [6], Н.І. Лапін [7], В.Г. Мединський [8], Б. Твісс [9], Р.А. Фатхутдінов [10], П.С Харів [11], Й. Шумпетер [12] та інші. Деякі дослідники трактують цю категорію залежно від об'єкта та предмета дослідження, інші розглядають інновацію як результат і як процес. Незважаючи на значне накопичення емпіричних знань та теоретичних концепцій, відсутнє узагальнююче та загально призане тлумачення категорії, що в деякій мірі ускладнює та знижує ефективність процесу використання інновацій у діяльності промислових підприємств.

Метою дослідження є узагальнення і систематизація підходів до визначення сутності категорії «інновація».

Терміни «новація», «новшество», «нововведення», «інновація» широко використовуються в економічній літературі та у повсякденній практиці і нерідко ототожнюються. Ці терміни об'єднує те, що вони відображають розвиток, оновлення та походять від латинського слова *innovare*, що означає «поновлюватися» або «змінюватися», але вони, за думкою більшості науковців, відмінні за сутністю.

Категорія "інновація" вперше з'явилася в наукових дослідженнях культурологів ще у XIX ст. і означало введення деяких елементів однієї культури в іншу. Лише на початку XX століття вчені почали досліджувати технологічні нововведення, хоча ще у XVIII столітті Адам Сміт у своїй роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів» вказував на роль технологічних інновацій у забезпеченні зростання продуктивності праці.

Центральне місце серед теорій, що досліджували сутність інноваційних перетворень в економіці, займають роботи Йозефа Шумпетера, який ще на початку XX століття визначив термін «нововведення», як втілення в життя нової комбінації [12, с.55] речей та сил, що є в нашому розпорядженні [12, с. 72], тобто розглядав інновацію як зміну виробничих функцій. В своїй праці «Теорія економічного розвитку» вчений довів, що економічний розвиток стає можливим лише за умов використання підприємцями нових комбінацій факторів виробництва [12, с. 159], відокремлював винахід, який визначав як ідею, від нововведення та запропонував п'ять основних видів реалізації нових комбінацій, а саме:

- виробництво нового або створення нової якості того або іншого блага для споживача;
- впровадження нового, тобто в окремій галузі промисловості ще практично невідомого, методу (способу) виробництва, в основі якого не

обов'язково лежить нове наукове відкриття і який може полягати у новому способі комерційного використання існуючого товару;

- освоєння нового ринку збуту, тобто такого ринку, на якому дотепер окрема галузь промисловості певної країни ще не була представлена, незалежно від того, існував цей ринок раніше чи ні;

- одержання нового джерела сировини або напівфабрикатів, так само незалежно від того, існувало це джерело колись, або просто не бралось до уваги, або вважалось недоступним, або його ще тільки збиралися створити;

- проведення відповідної реорганізації підприємств, наприклад, забезпечення монопольного положення або навпаки його підрив [12, с. 159].

Новшество – це оформлений результат фундаментальних, прикладних досліджень, розробок або експериментальних робіт у будь-якій сфері діяльності з підвищення її ефективності [13].

Новацією вважається будь-яке новшество, якого не було раніше.

Нововведення – це впровадження деякої нової субстанції. Нововведенням може бути новий порядок, новий метод, винахід, патент, товарний знак, раціоналізаторська пропозиція, документація на новий або вдосконалений продукт (технологія, управлінський або виробничий процес, організаційна, виробнича або інша структура), «ноу-хау», поняття, наукові підходи або принципи, документи (стандарти, рекомендації, методики, інструкції тощо). Нововведення означає, що новшество використовується. З моменту ухвалення рішення про розповсюдження нововведення набуває нову якість і стає інновацією [14, с. 82].

Окремої уваги заслуговують дослідження категорії «інновація» відомого вченого-дослідника Пітера Друкера, який визначив, що в основі підприємництва повинна полягати цілеспрямована інноваційна діяльність [15, с.53], сутність якої становить цілеспрямований та організований пошук змін, а також послідовний аналіз тих можливостей, які несуть ці зміни для

економічних і соціальних нововведень [15, с.62]. Крім того, дослідник визначив наступні джерела інноваційних можливостей:

- непередбачене (несподіваний успіх чи невдача);
- невідповідність реальності уявленням про неї;
- нововведення, обумовлене гострою необхідністю;
- зміни в галузевій або ринковій структурі;
- демографія;
- зміна настроїв або сприйняття;
- нові знання [15, с.63].

Лінгвістично-етимологічний аналіз, проведений Оленою Лапко, дозволив встановити, що термін «інновація» побудований за продуктивною словотвірною моделлю утворюється як віддієслівний іменник, отже, в його значенні містяться не тільки стан (результат), але й процес, дія [16].

Українська дослідниця Краснокутська Н.В. під терміном «інновація» визначила всі нововведення у виробничій, комерційній, фінансовій, маркетинговій, управлінській та інших сферах, будь-які зміни й удосконалення, що забезпечують суспільний прогрес, економію витрат, підвищення рівня ефективності, рентабельності виробництва [6, с. 14].

Комплексне визначення категорії дає Єрмолаєва В.В., яка розглядає інновацію як “винахід” (ідею), який (яка) під час розробки, створення чи впровадження у виробництво, побут та інші сфери діяльності може перетворитися у нову (вдосконалену) продукцію, технологію чи процес або просто залишатися ідеєю. Але все це ще є “нововведенням” і значення “інновації” воно набуває лише тоді, коли приносить комерційну вигоду. Тобто, інакше кажучи “інновація” – це результат комерціалізації нововведення (з іншого боку, це процес, починаючи від розробки винаходу до його комерційного освоєння на ринку) [17, с. 270].

За часів свого введення в науковий обіг, економічна категорія «інновація» зазнала значних змін. Так, російські вчені Карлинська Є.В. та Катанський В.Б.,

виділили вісім етапів еволюційного розвитку теоретичних аспектів визначення цієї категорії, у відповідності з якими воно змінювалося таким чином:

- інновація – інструмент управління бізнесом, який приводить до комерційного успіху;
- інновація - інженерна думка, технічна ідея, яку необхідно впровадити в виробництво для підвищення ефективності виробничого процесу;
- інновації починають характеризувати не лише кількісну, а й якісну сторону науково-технічного прогресу;
- інновація – процес розвитку з особливими характеристиками та закономірностями;
- інновації – метод, засіб прискореного розвитку складних систем не тільки в рамках підприємства, але й у межах галузі та регіону;
- інновації – індикатор розвитку суспільства в різних сферах діяльності в масштабах держави;
- інновації переходять у соціально-економічну сферу;
- сьогодні інновації сприймаються як потужний чинник і ефективний важіль розвитку і саморозвитку суспільства та його окремих сфер діяльності в умовах світової системної кризи [17, с. 2].

Дослідження генезису основних підходів до визначення сутності категорії «інновація» дозволило розробити їх класифікацію, яка наведена в табл. 3.1.

Аналіз табл. 3.1 дає змогу зробити висновок, що майже всі існуючі підходи до визначення категорії «інновація» можна умовно поділити на визначення інновації у якості процесу або об'єкту, що є науково обґрунтованим та зрозумілим. Але всі ці підходи залишають без уваги таку важливу характеристику інновацій, як здатність підвищувати споживчу цінність або створювати додану ринкову вартість.

Таблиця 3.1

Класифікація методичних підходів до розкриття сутності категорії «інновація»

Ознака	Підходи до розкриття сутності категорії	Представники	Деякі визначення вчених-представників підходу
1. За ступенем динамізму: статистичний та динамічний підходи [5, с. 269].	1. Статистичний - інновація виступає як "інновація-продукт" - результат інноваційного процесу у вигляді нової техніки (продукції), технології, нового методу, що впроваджені на ринку; 2. Динамічний - інновація виступає як "інновація-процес", коли в динаміці розглядається процес впровадження нових виробів, технологій, принципів замість існуючих	М.А. Йохна, В.В. Стадник М. Блауд	Інновація (нововведення) - кінцевий результат інноваційної діяльності, який отримав втілення у вигляді введеного на ринок нового чи вдосконаленого продукту, нового чи вдосконаленого технологічного процесів, що використовується у практичній діяльності, або нового підходу до соціальних послуг [20, с.10] Інновації - всяке удосконалення технічних способів виробництва, всяке доповнення наявного об'єму технологічних знань [2, с.438]
2. За сутністю: об'єктний та процесний підходи [5, с. 268, 18]	1. Інновація як об'єкт: - власне об'єктний: інновація виступає як об'єкт-результат НТП: нова техніка, технологія; - об'єктно-утилітарний: інновація виступає як об'єкт - нова споживча вартість, заснована на досягненнях науки і техніки, причому акцент робиться на утилітарній стороні нововведення, його здатності задовольнити суспільні потреби з великим корисним ефектом. 2. Інновація як процес - власне процесний: інновація розглядається як комплексний процес, який включає розробку, впровадження у виробництво і комерціалізацію нових споживчих вартостей - товарів, технологій, організаційних форм тощо; - процесно-утилітарний - інновація виступає як	Й. Шумпетер, П.Н. Завлін, Л.М. Гохберг Р.А. Фатхутдінов А.І. Прігожин, М. Хучек Б. Твісс,	Інновація - використання в будь-якій сфері суспільства результатів інтелектуальної (науково-технічної) діяльності для удосконалення процесів діяльності чи його результатів (виробництво, економічні, правові, соціальні відносини, область науки, культури, освіти та інші сфери діяльності суспільства) [4, с.4] Інновація - це оформлений результат фундаментальних, прикладних досліджень, розробок або експериментальних робіт у будь-якій сфері діяльності, який супроводжується підвищенням її ефективності [10, с. 45] Інновація - цілеспрямована зміна, що вносить у середовище впровадження (організацію, населення, суспільство і т. д.) нові, відносно стабільні елементи [21] Інновація - це такий суспільно-техніко-економічний

3. За функціональною ознакою [19, с. 38]	<p>процес створення, поширення і використання нових споживчих вартостей, причому акцент робиться на утилітарній стороні нововведення;</p> <ul style="list-style-type: none"> - інновація як зміна; - інновація як система. 	<p>Б. Санто, М. Мескон</p> <p>Ф. Валента, Ю.В. Яковець, Л. Водачек Н.І. Лапін</p>	<p>процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій та дає прибуток (у разі, коли інновація орієнтована на економічний зиск), її поява на ринку може принести додатковий дохід [22, с. 31]</p> <p>Інновація – зміни в початковій структурі виробничого організму, тобто як перехід його внутрішньої структури до нового стану [3, с. 7]</p> <p>Нововведення «визначається як комплексний процес створення, розповсюдження і використання нового практичного засобу для нової або для кращого задоволення вже відомої потреби людей; одночасно це є процес пов'язаних із введенням даного новцества змін у тому соціальному і речовому середовищі, у якому здійснюється його «життєвий цикл» [7]</p>
3. За функціональною ознакою [19, с. 38]	<ul style="list-style-type: none"> - інновація як зміна виробничих функцій; - інновація як процес створення нового товару (або безпосередньо новий товар); - інновація як результат впровадження НДКР; - інновація як процес трансформації ідей; - інновація як інформаційно – інтелектуальні технології. 	<p>Й. Шумпетер Ю.М. Бажал П.С. Харів</p> <p>В.Г. Медінський</p> <p>Б. Твісс</p> <p>А.А. Чухно</p>	<p>Нововведення – втілення в життя нової комбінації (с. 55) речей та сил, що є в нашому розпорядженні [12, с.72]</p> <p>Інновація - це результат інноваційної діяльності, відображений у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок, котрий може бути отриманий на будь-якому етапі інноваційного процесу [11, с.13]</p> <p>Інновація – об'єкт, впроваджений у виробництво в результаті проведеного наукового дослідження або зробленого відкриття, якісно відмінний від попереднього аналога [8, с.5]</p> <p>Нововведення - це застосування, тобто процес, у якому винахід чи ідея набувають економічного змісту [9, с.36-37]</p> <p>Інновації - вдосконалення виробничих сил, що базуються на інформаційно-інтелектуальних технологіях та знаннях [23]</p>

Так, П. Друккер у 1985 році охарактеризував інновацію як «мистецтво надання ресурсам нових можливостей для створення цінностей» [24, с. 30].

Карл Цайнінгом визначив інновацію, як привнесення в світ нових ідей та продуктів, того, чого раніше не існувало, які несуть в собі цінність для суспільства. Технологічними інноваціями він назвав генерування корисних ідей та концептів, трансформацію їх у продукти та послуги, які можна реалізувати клієнту, задовольнивши його потребу та отримавши від цього прибуток [25, с. 44].

Цікавою є точка зору, згідно якої інновація є продуктом нових знань, які створюють цінність, тобто результатом реалізації свіжих ідей, які ведуть до появи нової продукції, нових процесів, нових методів управління та оригінальних конструкцій і винаходів, які приносять прибуток фірмам, регіонам і країнам [26].

З огляду на це в рамках дослідження класифікація методичних підходів до розкриття сутності категорії «інновація» була доповнена ціннісним підходом, з позиції якого інновації можуть розглядатися:

- як процес створення нового або вдосконаленого продукту чи послуги, які можуть задовольнити нові споживчі вимоги, за рахунок чого відбувається створення додаткової споживчої цінності;
- як вдосконалення процесу або структури, яке сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства, за рахунок чого відбувається створення доданої ринкової вартості.

Таким чином, з позиції ціннісного підходу категорію «інновація» можна розкрити, як впроваджений у господарський обіг результат трансформації ідеї у новий продукт чи послугу, з метою задоволення споживчих потреб, що створює додаткову споживчу цінність, або процес чи структуру, які спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства, що підвищує його ринкову вартість.

Тобто, з одного боку, інновації спрямовані на створення додаткової споживчої вартості і задоволення все більш високих вимог споживачів, що

підсилює конкурентні позиції підприємства, з іншого боку, інновації сприяють підвищенню ефективності діяльності суб'єкта господарювання і досягненню його підприємницьких цілей, що створює додану ринкову вартість для задоволення інвестиційних вимог суб'єктів управління. З цих позицій процес трансформації інноваційної ідеї в інновацію може бути представлено у вигляді схеми (рис. 3.1):

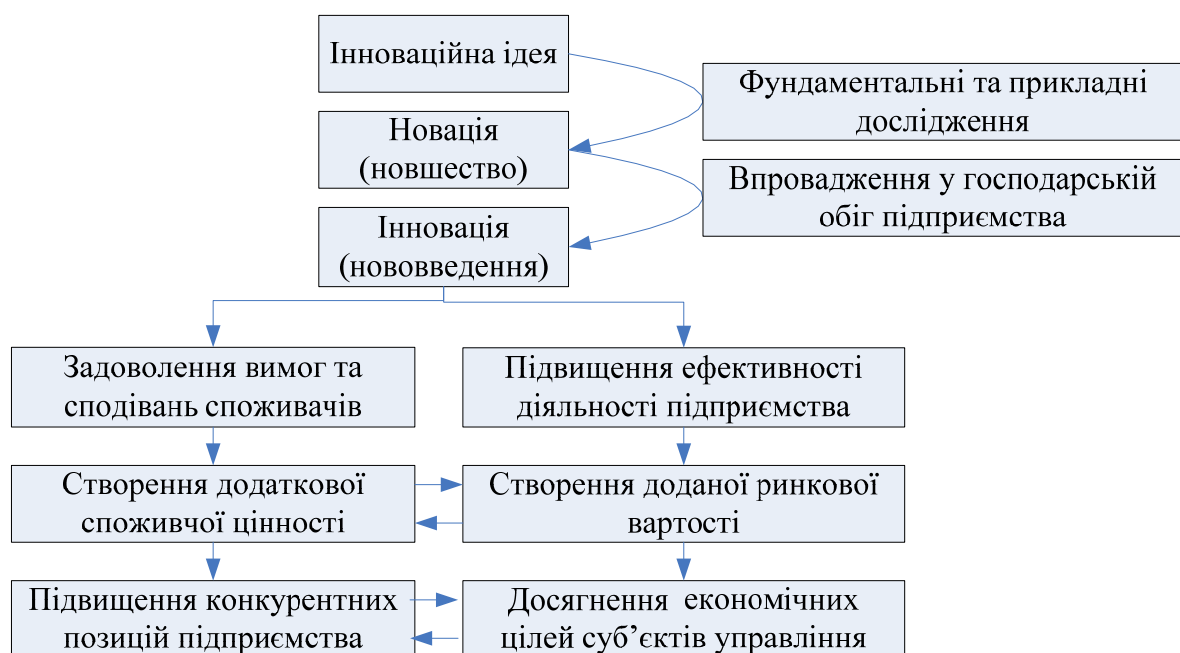


Рис. 3.1 - Розкриття сутності категорії «інновація»

У дослідженні було розглянуто та доповнено класифікацію методичних підходів до визначення сутності категорії «інновація» ціннісним підходом, з позицій якого її було визначено, як впроваджений у господарський обіг результат трансформації ідеї у новий продукт чи послугу, з метою задоволення споживчих потреб, що створює додаткову споживчу цінність, або процес чи структуру, які спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства, що підвищує його ринкову вартість.

Результати дослідження доводять, що управління інноваційним розвитком підприємства необхідно здійснювати з позицій процесного підходу. Саме інноваційний процес створює додаткову споживчу цінність та утворює додану ринкову вартість підприємства. Тому у подальшому необхідно розглянути проблемне коло питань з дослідження інноваційних процесів підприємства та розробити їх класифікацію.

Список джерел інформації: 1. Global CEO Study: The Enterprise of the Future [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.ibm.com/ibm/ideasfromibm/us/ceo/20080505/resources/IFI_05052008.pdf 2. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер. с англ. - М.: «Дело Лтд», 1994. - 720 с. 3. Валента Ф. Управление инновациями. М.: Прогрес, 1985. - 385 с. 4. Завлин П.Н. Казанцева Л.К. Минделі Л.Е. Инновационный менеджмент. Справочное пособие. С.-Пб.: Наука, 1997. - 560 с. 5. Єрмолаєва В.В. Теоретичні основи дослідження інновацій/ Вісник Київського національного університету імені Т.Г.Шевченка, № 683, 2010 р. - с.268-273. 6. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. - КНЕУ, 2003. - 504с. 7. Лапін Н.І. Системно - деятельностная концепция исследования нововведений./ Диалектика и системный анализ. - М., 8. Мединський В.Г. Инновационный менеджмент: Учебник. - М.: Инфра-М, 2002. - 295с. 9. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями: Сокр. пер. с англ. / Авт. предисл. и науч. ред. К.Ф. Пузыня. - М.: Экономика, 1989. - 217 с. 10. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник. - 4-е изд. - СПб.: Питер, 2003. - 400 с., 11. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. - Тернопіль: Вид-во "Економічна думка", 2003. - 326 с 12. Шумпетер Й. Теория экономического развития.-М.:Прогресс,1982.- 456 с. 13. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент / И.Т. Балабанов. - СПб.: Питер, 2000. - 208 с. 14. Іванова В.В. Дослідження теорії поняття інновації/Економіка промисловості. - № 47 (4) - 2009. - С. 80-87. 15. Друкер П. Бизнес и инновации / Пер. з англ. - М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. - 432 с. 16. Лапко О.О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання: Монографія. - К.: Ін-т економ. прогнозування НАН України, 1999 - 254с. 17. Карлинская Е.В., Катанский В.Б. Эволюция управления инновациями: Идеи, методы, инструменты. Общий обзор. 2008. 13с. // ЗАО «ИННИТ» 18. Коротеєв М. Класифікація інновацій [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://habrahabr.ru/post/57576/>. 19. Ломаченко Т.И. Класификационные концепции инновационного развития// Культура народов Причерноморья. — 2005. — N73. 20. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навч. посібник.- К.: Видавничий центр «Академія», 2005.- 400 с. 21. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики).— М.: Политиздат, 1989 - 270с. 22. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: Пер. с венг. - М.: Прогресс, 1990 - 298с. 23. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. К., „Логос”, 2003, 617 с. 24. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / Пер. з англ. - К.: Україна, 1994. - 319 с. 25. Справжня інновація повинна нести у собі цінність для суспільства// Бізнес 24/13.06.11 Київ, с. 44-46. 26. Монтенегро Сантьяго Інновація і філософія. [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.project-syndicate.org/commentary/montenegro1/Russian